



Sie parat haben, wenn Sie in den Fahrstuhl steigen.

3.2.1 „Der Traum vom Riesling-Weingut“

Ein Beispiel will ich Ihnen mit auf den Weg geben:

Der Traum vom reinen Riesling-Weingut begleitet mich schon seit meiner Ausbildungszeit. Und Träume sind zum Verwirklichen da, deshalb setze ich ihn konsequent in die Tat um.

So pflege ich uralte Reben in alten Weinbergen und lege neue, aber schlechtere Weinberge ganz still. Oder pflanze neue Rebstöcke nach alter Tradition an einzelnen Pfählen. Dabei mache ich natürlich alles selbst in Handarbeit und lasse so den alten Kräften der Natur ihren Raum, zu wirken.

Dazu kommt freilich noch die Rückbesinnung auf die wirklich großen Weine an der Mosel: die Rieslinge. Den Weinen merken Sie das liebevolle Engagement an, mit der ich mich meinem Weingut verschrieben habe. Sorgfältiger, sanfter und schonender Ausbau in meinem Weinkeller, der aus dem 17. Jahrhundert stammt, geben ihnen den letzten Tick an Finesse. Dabei durften sie im Weinberg schon doppeltes Sonnenlicht

tanken, nämlich einmal das direkt vom Himmel und dann noch einmal zusätzlich das Sonnenlicht, das vom Wasser der Mosel verstärkt reflektiert wurde. Und diese extra Portion an Sonnenenergie ist es, die Sie mit jedem Schluck schmecken und spüren. Diese reinen, feinen und dennoch energiegeladenen Urprodukte der Natur werden Ihnen und Ihren Gästen richtig gut tun. Das garantiere ich Ihnen.

Weinbeschreibungen aus dem „echten“ Leben:

1997 Wallufer Walkenberg Riesling Auslese
guter und runder Wein, untermalt von feiner Reife

Septemberaktion: ab 6 Flaschen frachtfrei

2006 Riesling Trockenbeerenauslese
ZELTINGER SONNENUHR
hochfeine Edelbeerensus mit langer Zukunft.
Süße Kostbarkeit aus perfekter, rosiger Botrytis

Nehmen Sie sich genug Zeit um die Tiefen der Riesling Auslese zu ergründen. Kein Wein für jeden Tag sondern die Krönung eines besonderen Momentes. Tiefgründiger Aromenstrauß mit unglaublichen mineralischen Klängen. Erste Riesling-Klasse!

Wie langweilig sind da erst die Weine?

*** Wie man einen Brief erzählen lässt *

Es gibt eine sichere Möglichkeit, Leser dazu zu bringen, dass sie den Brief zu Ende lesen möchten. Erzählen Sie einfach eine Geschichte.

Was fragen Kinder, vor dem Schlafen? „Erzählst Du mir noch eine Geschichte?“. Erinnern Sie sich noch an Geschichten und Märchen aus Ihrer Kindheit? Sie sehen, es sind Geschichten, die Menschen gerne hören und die im Gedächtnis haften bleiben. Geschichten lassen uns Partei ergreifen – in dem Fall für Ihr Weingut.

Erzählen Sie seine Geschichte.

„Ganz früh am Morgen sind wir ‘raus gefahren in den Weinberg. Nebelschwaden dampften durch die Reihen den Hang hinab. Kaum, dass ich meine Frau in der Zeile neben mir sehen konnte. Wie Perlen glitzerte Tau an den reifen, gelben Trauben. Dann ging die Sonne auf! Blassgold kämpften sich die wärmenden Strahlen zu mir durch. Unvergesslich! Ich wünschte, Sie hätten das gesehen. An dem Tag wurde sie gelesen, die Riesling Auslese. Für mich, ein Geschenk der Natur, ganz so wie dieser Sonnenaufgang!“

Wetten, dass dieser Brief gelesen wird? Selbst für den Fall, dass der Leser gar keine Auslesen trinkt, erzeugt dieser Brief ein Bild. Er vermittelt ihm in unserer hektischen, schnelllebigen Zeit etwas Bodenständiges, Ruhiges, Natürliches. Etwas, das viele Menschen heute suchen und vermissen. Das sind ausgesprochen positive Assoziationen, die dem Leser im Gedächtnis bleiben. Das überträgt er automatisch auf Ihr ganzes Weingut und Ihre anderen Weine. Dieser Leser wird Ihre Weinliste gerne in die Hand nehmen, um sich über Ihr Sortiment zu informieren.

Aber, wie spricht man Gefühle an? Da haben Sie es in der Weinbranche natürlich sehr, sehr einfach. Schon allein deswegen, weil Ihr Produkt selbst die Sinne und damit die Gefühlswelt anspricht. Versuchen wir es:

„Von einem kleinen, verträumten Flecken an der Mosel, stammt er. Dort kann er gleich zweimal das strahlende Sonnenlicht tanken, nämlich einmal direkt von der Sonne und dann das von der Mosel reflektierte Licht, das so strahlend hell ist, daß man blinzeln muss, wenn man in das Wasser blickt.

Dort, wo die Reben mühsam an einzelnen Pfählen den steilen Berghang hoch wachsen, der so steil ist, daß einem die Puste ausgeht wenn man hinaufsteigt und schwindlig, wenn man oben steht, um in das ruhige, beschauliche Moseltal hinab zublicken.

Von dort stammt dieser Riesling. Mit einem feinen Duft, der an den ersten Frühlingsblumenstrauß erinnert und einem Strahlen, das die ganze Wärme und Kostbarkeit der Herbstsonne wieder zum Leben erweckt. Etwas Einzigartiges, Kostbares, das es nur selten auf dieser Welt gibt. Weil dieser Abend mit dir genauso kostbar ist, habe ich diesen Wein ausgesucht.“

Entscheiden Sie selbst, welche Version Ihnen angemessener erscheint. Das persönliche Gefühl spielt bei der Kaufentscheidung eine starke Rolle. Gekauft wird oft aus dem Bauch heraus. Und zwar bei allen Produkten, nicht nur bei Produkten des täglichen Bedarfs, sondern auch bei teuren Investitionsgütern. Bei glei-

Was der Winzer schreibt und was der Kunde liest:

Lieber Weinfreund,

Der neue Jahrgang 2007

Jungweinprobe mit Menü

Samstag, 12. Januar 2008 19:00 Uhr

Sonntag, 13. Januar 18:00 Uhr

Kellermeister Benedikt stellt die noch nicht abgefüllten ¹2007er Weine vor. Jungkoch Florian verwöhnt uns mit einem Vier-Gänge-Menü und

²wie immer musikalische Einlagen. Freut Euch auf diese „weinig-kulinarischen“ Abende.

³!Reservierung erforderlich!

Weinlieferung frei Haus

Da wir mehrere ⁴Kunden im Raum Karlsruhe und Heidelberg beliefern, sind wir jeden 1. Samstag im Monat in diesem Bereich unterwegs.

Bei einer Bestellung von 18 Flaschen oder mehr liefern wir frei Haus.

Nähere Infos auf unserem Weinausfahrtangebot oder unter www.weingut-zorn.de/dateien/weinausfahrtangebot.pdf

Der neue Jahrgang 2007

Ein Wunschjahrgang?

Die Weinlese gestaltete sich dieses Jahr für die Winzer sehr

⁵angenehm. Durch den sonnigen September und die gesunden Trauben konnten sich die Winzer die Lese gut ⁶einteilen. Optimal ausgereiftes und kerngesundes Lesegut konnte in ausreichenden ⁷Mengen eingefahren werden. Und auch die ersten Jungweine präsentieren sich ⁸vielversprechend. Also wird der Jahrgang 2007 auch für den Weintrinker eine wahre Freude werden. ⁹

10

Weinverkauf zu den üblichen Geschäftszeiten oder nach Absprache

1 Klingt spannend! Aber wie kaufe ich die, wenn sie mir schmecken? Und schmecken die nach dem Füllen immer noch so?

2 Der Jungkoch kocht also und macht gleichzeitig musikalische Einlagen?

3 Die Spanische Sprache kennt Satzzeichen am Satzanfang, aber hier?

4 Ich bin also nur einer unter vielen? Nur eine Kundennummer?

5 Schön für die Winzer. Was habe ich davon?

6 Ja, so romantisch ist auch meine Fließbandarbeit

7 Also produzieren die Menge = Masse

8 Viel versprechen heißt noch lange nicht viel halten

9 Der Weintrinker interessiert mich aber nicht, sondern mein Geschmack

10 Ja und die sind?

Zählen Sie einmal in dem Text, die „wir“ und die „Sie“ Aussagen!

=====
*** 7 konkrete Vorschläge, einen Weinwerbebrief zu beginnen
=====

1. Sagen Sie Ihren Lesern, dass sie etwas besonderes sind

Beispiel:

Liebhaber trocken ausgebauter Spätlesen sind wirklich ganz besondere Weinfreunde. Nun weiß ich natürlich, dass Sie, Herr Mustermann, neben den „alltäglichen“ Weinen, auch gerne einmal abends diese Spezialitäten -Ja fast möchte ich sagen „zelebrieren“. Deswegen schreibe ich Ihnen heute...

2. Erzählen Sie eine Geschichte

Beispiel:

Ganz früh am Morgen sind wir 'raus gefahren in den Weinberg. Nebelschwaden dampften durch die Reihen den Hang hinab...

3. Nachrichtentechnik: berichten Sie von etwas Neuem

Beispiel:

Jungfernewein, einmalig und nur in begrenzter Menge! Sehr geehrter Herr Mustermann, darauf ist jeder Winzer stolz. Der allererste Wein aus einem neuen, jungen Weinberg! Da pflanzt man die Reben, hegt und pflegt sie über Jahre hinweg. Und dann tragen die jungen Reben zum ersten Mal Trauben, aus denen man Wein machen darf. Das sind dann ganz wenige, aber was für eine Qualität! Deshalb kann ich Ihnen auch nur eine kleine, begrenzte Menge anbieten, nämlich...

4. Beginnen Sie mit dem Angebot

Beispiel:

Zum Kennenlernen: Eine Flasche gratis! Das heißt für Sie 12 Flaschen bestellen, aber nur 11 bezahlen. Die erste Flasche schenke ich Ihnen nämlich. So können Sie den neuen 2006er Grauburgunder auf meine Kosten probieren. Sollte er ihnen nicht schmeckt, nehme ich die restlichen Flaschen wieder zurück.

5. Erzählen Sie, was Sie für den Kunden tun können.

Beispiel:

Ich schreibe Ihnen, um Ihnen Arbeit abzunehmen. Ich möchte Ihnen anzubieten, Ihre Weihnachtsgeschenke an Ihre Geschäftsfreunde zu versenden. Wählen Sie einfach Ihre persönliche Weinpräsente, Geschenkverpackungen und Grußkarten aus, geben mir die Adressen und ich erledige den kompletten Versand für Sie. Denken Sie nur an die wertvolle Zeit, gerade im hektischen Weihnachtsgeschäft, die Sie damit sparen. Ist das nicht ein Angebot?

6. Stellen Sie eine Frage

Beispiel:

Lust auf prickelnde Cocktails? Ist es nicht schade, dass viele Menschen nur auf die Idee kommen Sekt mit Orangensaft zu mischen. Dabei gibt es so viele Cocktails, die Sie mit echtem Winzersekt verfeinern können. Das ist ja gerade der tolle Unterschied zu Champagner. Damit Sie das direkt ausprobieren können lege ich jeder Bestellung...

7. Machen Sie eine Ankündigung

Beispiel:

Endlich ist sie da! Darauf haben viele Kunden bereits gewartet. Denn im letzten Jahr war sie viel zu schnell ausverkauft. Wer sie im Herbst probiert hat, wollte sie im Winter nachkaufen -aber zu spät. Jetzt gibt es sie wieder. Frisch abgefüllt, nach 9 Monaten Reife im Holzfass: die Spätburgunder Spätlese.

Das sind nur ein paar Ideen. Daraus können wir lernen, dass es sich lohnt über verschiedene Anfänge nachzudenken. Nehmen Sie nicht den erst besten. Experimentieren Sie.

Wenn Sie ein leeres Blatt vor sich haben, beginnen ...